

## **Особенности визуального контекста «Лентача» как нового типа новостных интернет-ресурсов**

**Аннотация:** статья посвящена анализу визуализации как новой тенденции в новостных интернет-ресурсах. Проанализированы причины популярности визуализации, даны основные ее виды, используемые в публикациях новостного ресурса «Лентач». Приведены примеры использования средств визуализации, дана краткая их характеристика.

**Ключевые слова:** интернет-СМИ, контент, визуализация, социальные сети, социальные медиа.

### **Features of “Lentach” visual context as a new type of online news media**

**Abstract:** this article is devoted to analysis of visualization as a new trend in online news media. Reasons of visualization's popularity have been analyzed and its general types, which are used in the publications of news resource “Lentach”, have been given. There are examples of using visualization tools and their brief description.

**Keywords:** online media, content, visualization, social network, social media.

Новостные сообщества в социальных сетях сегодня представляют собой новый тип СМИ, аналога которому в прошлом еще не было: их появление инициировало создание принципиально новых способов осуществления профессиональной коммуникации и перспектив для журналистского творчества. В первую очередь новые тенденции отразились на контенте средств массовой информации, функционирующих в интернете.

Самым крупным новостным сообществом в российской социальной сети «ВКонтакте» является ресурс «Лентач» (более 1 800 000 подписчиков по состоянию на апрель 2018 года), поэтому в рамках настоящей статьи тенденции, происходящие в новостных ресурсах социальных сетей, мы рассмотрим на его примере.

Контент в ресурсе «Лентач» ориентирован на привлечение и удержание лояльной целевой аудитории, поскольку от количества подписчиков в сообществе напрямую зависят условия его монетизации. В то же время количество подписчиков новостного сообщества находится в зависимости от способа представления информации в нем, а положительное восприятие информации влияет на степень заинтересованности пользователей данным новостным ресурсом.

По мнению Ю. Н. Костыговой, «при всем многообразии текстов, предлагаемых сегодня электронными изданиями, интерес читателя неизбежно определяется двумя факторами: наличием броского заголовка и сопровождающего статью изображения. Если читатель изначально не был ориентирован на определенную рубрику, его внимание скорее привлекут статьи с ярким визуализированным сопровождением» [Костыгова, 2012: 20-23]. Другими словами, одним

из действенных способов привлечения подписчиков в новостное сообщество является визуализация контента – сопровождение текста изображением или полное его замещение.

Схожее мнение высказывает М. М. Лукина, считая визуализацию отличительным признаком новостных интернет-сообществ. Именно за счет визуализации, на ее взгляд, основные новостные тезисы расходятся по социальным сетям, форумам и блогам. Визуальное восприятие, особенно для молодого поколения, является, по мнению М. М. Лукиной, предпочтительным [Лукина, 2015: 87]. Кроме того, М. М. Лукина считает, что визуализация является продуктивным журналистским инструментарием. Сопровождая репортаж визуально воспринимаемыми объектами (изображениями, рисунками, схемами), включенными в видеоряд или хотя бы в слайд-шоу, журналист обогащает эмотивный компонент содержания, способствует формированию определенного отношения пользователя к воспринимаемой информации [Лукина, 2016: 348].

Использование средств визуализации в новостных сообществах, в частности, на «Лентаче», позволяет облегчить восприятие и обработку информации. В настоящее время пользователи интернета постоянно воспринимают и декодируют объемы информации, в несколько раз превышающие объемы информации, воспринимаемой людьми, находящимися вне интернета. Поэтому для интернет-пользователей информация, подкрепленная средствами визуализации, является более предпочтительной, поскольку позволяет упростить ее восприятие.

Механизм восприятия новостного контента состоит в следующем:

- 1) обработка изображения, которое сопровождает/замещает новость;
- 2) обработка заголовка новости;
- 3) восприятие текста;
- 4) переход по гиперссылке (если она есть).

Отметим, что этапы восприятия изображения и усвоения заголовка в зависимости от значимости контента могут меняться местами.

Самым сильным воздействующим ходом является сочетание вербальных и невербальных средств передачи информации: новость, включающая в себя привлекающий внимание заголовок и актуальное изображение, как правило, значительно увеличивает количество потенциальных читателей всего сообщества.

В качестве средств визуализации новостной ресурс «Лентач» использует следующие:

- 1) мемы (креолизованные тексты);
- 2) фотографии с мест происшествий;
- 3) детальные изображения;
- 4) 3D-графические объекты;
- 5) анимации;
- 6) видеоматериалы;
- 7) скриншоты из игр, фильмов, мультфильмов
- 8) и т. п.

Кроме того, большой популярностью у подписчиков «Лентача» пользуются коллажи, творчески обработанные фотографии и последовательности отдельно взятых сюжетных или произвольных изображений, формирующих единое смысловое целое.

Особый интерес для исследования представляют собой мемы, поскольку они являются новым для современной журналистики явлением.

Как считает Т. Е. Савицкая, мем выполняет функцию субкультурного маркера. Циркуляция мема является группообразующим фактором; и его расшифровка теми, кто «в теме», формирует демаркационную линию между «своими» и «чужими» [Савицкая, 2017: 1-17]. Более подробное внимание вопросу популярности мема у подписчиков новостных сообществ уделила Ю. В. Щурина: «Мем обладает культурной коннотацией, предоставляющей адресату возможность идентификации прецедентного феномена. Эффективность коммуникации в этом случае прямо зависит от умения интернет-пользователя осуществить экспликацию скрытых культурных коннотаций мема, восстановить те ассоциативные связи, которыми обеспечен комический эффект» [Щурина, 2015: <http://www.nauka-dialog.ru/userFiles/file>].

Другими словами, использование мемов в качестве средств визуализации новости позволяет добавить дополнительные контексты и коннотации, которые интуитивно улавливаются подписчиками. Именно поэтому «Лентач» использует их чаще других средств визуализации.

Между тем значимость обретает не содержание мема как элемента визуализации, а его экспрессивная составляющая. По мнению С. Г. Машковой, «весьма актуальным становится использование в новостной ленте изображений, имеющих эмоционально-экспрессивный характер. Чем эпатажней картинка, тем больший интерес она может вызывать у пользователей, при этом самые популярные изображения могут в дальнейшем перейти из ранга недолговечных в ранг «долгоживущих», многократно репродуцируемых мемов. У читателей закрепляется определенная реакция на тот или иной визуальный образ и возникает вполне закономерное желание просмотреть сообщение на предмет подтверждения своих ощущений, ожиданий» [Машкова, 2014: 80].

Проанализировав новостной контент ресурса «Лентач» (заголовки, тезисы, визуальная составляющая, мультимедиа), мы выявили некоторые особенности создания нужного восприятия информации у читателей:

- 1) заголовки и лиды конструируются в соответствии с требованиями современной публицистики (использование потенциала полисемии, квазицитации, риторических вопросов, стилистических фигур и др. приемов);
- 2) использование культурно-информационных единиц (отсылки к социально и культурно значимым событиям, мемы и т. п.).

Так, публикация от 20 сентября 2017 года, посвященная последствиям землетрясения в Мексике, состоит из следующих элементов: текст («Сегодня ночью в Мексике произошло землетрясение магнитудой 7,1. По последним данным, число жертв землетрясения превысило 240 человек. Подземные толчки

привели к значительным разрушениям») и пять коротких видеозаписей, предоставленных очевидцами события (длительностью 0:31, 0:49, 0:22, 0:20, 0,24 секунд). Опубликованные видеоролики не требуют комментариев редакции ресурса «Лентач», поэтому сопровождаются только короткой информационной сводкой.

Использование в публикации видеозаписей и текста встречается на «Лентаче» довольно часто, поскольку является хорошим способом лаконично и емко донести до подписчиков информацию. За три часа публикация набрала 806 лайков, 63 комментария, 27 репостов и 187000 просмотров, что свидетельствует об успешности использования такой модели компоновки новостей (текст + видео) для привлечения внимания.

Новостные заголовки «Лентача» часто ироничны, они призваны заинтриговать читателя и одновременно сообщить ему о сути инфоповода, поэтому коротки и емки. Подобные заголовки не просто передают информацию, в сочетании с прикрепленными изображениями как средствами визуализации они представляют собой т. н. вербально-визуальные мемы, смысл которых заключен в подтексте. Вербально-визуальные мемы «Лентача» актуализируют определенные дополнительные смыслы в сознании читателей, вызывая необходимую редакции ресурса реакцию. Так, заголовок к публикации от 19 сентября 2017 года, набравшей 10985 лайков, 152 комментария, 240 репостов и 287000 просмотров звучит следующим образом: «Жителей одного из дворов Казани эвакуировали из-за подозрительной коробки, в которой полицейские затем нашли котят. Ахахахаха, то есть мяу». К этой новости прикреплена фотография сотрудника полиции с котенком на руках. В данном случае происходит актуализация мема «То есть мяу», и новость воспринимается уже как юмористическая (хотя новости, в заголовке которых встречается словосочетание «подозрительная коробка», обычно таковыми не являются). В данном случае контекст вербально-визуального мема позволяет привлечь внимание большой аудитории подписчиков к публикации.

В качестве примера использования визуального мема приведем новость, опубликованную в сообществе 11 апреля 2018 года. Она состоит из нейтрального информативного заголовка: «В Пенсильвании школьным учителям раздали бейсбольные биты, чтобы они могли защищаться от стрелков», ссылки на новость на другом ресурсе и кадра из фильма «Матрица», на котором изображен главный герой, останавливающий пули рукой (рис. 1).

Несмотря на то что ресурс «Лентач» отличает ироничность заголовков к новостям, в данном случае вся ирония заключена в значении выбранного кадра из фильма (меме), который представляет новость в абсурдном ключе (невозможно защититься на пули с помощью биты, если ты не являешься главным героем фильма «Матрица»). Эта публикация набрала более 6000 лайков, 72 репоста и 247000 просмотров, что свидетельствует о положительном отклике аудитории на использование подобного средства визуализации для сопровождения данной новости.



Лентач  
11 апр в 20:52

В Пенсильвании школьным учителям раздали бейсбольные биты, чтобы они могли защищаться от стрелков

<http://news.lenta.ch/CT80>



Рис. 1. Использование мема в качестве средства визуализации новости

Визуализация на «Лентаче» сопровождается не только злободневные, политические и социально значимые новости, но и новости, связанные с культурой и наукой. Например, 9 апреля 2018 года в сообществе была сделана публикация под заголовком «Почитайте, как понятие «честность» изменилось в эпоху соцсетей и причем тут Дудь, Данила Багров, Оксимирон и «Немагия», сопровождаемая мемом-сравнением (рис. 2).



Рис. 2. Использование мема-сравнения в качестве иллюстрации к статье

Мемы подобного типа используются для привлечения внимания пользователей к содержанию статьи.

Помимо мемов и видеофрагментов, редакция ресурса «Лентач» в качестве средств визуализации активно использует самостоятельно сгенерированные изображения с короткими, емкими фразами, которые дополняют или полностью замещают текстовую информацию. 9 апреля 2018 года в сообществе была опубликована следующая запись: заголовок «Впервые за полтора года курс евро превысил 73 рубля, а доллар перевалил за 60», ссылка на статью на стороннем ресурсе и изображение со стихами (авторство редакции ресурса): «Апрель порадует погодой всех ребят, надежда все же теплится в груди. Курс доллара превысил 60, а евро вот уже 73». Таким образом, подписчики сообщества, даже не переходя по ссылке, чтобы ознакомиться с содержанием новости, и не читая заголовок, с помощью подобного изображения сразу же понимают, о чем пойдет речь в статье, на которую дана ссылка.

Проведенное исследование позволило нам сделать следующие выводы.

Во-первых, визуализация публикаций на «Лентач» является продуктивной за счет того, что упрощает восприятие и обработку новостей, позволяя подписчикам тратить на это меньше ресурсов.

Во-вторых, мы выяснили, что ресурс «Лентач» в качестве визуализации новостного контента использует мемы, которые активизируют пользователя, подталкивают его к чтению новости. Однако пользователь необязательно будет читать понравившуюся новость, поскольку оценка может быть дана исключительно по мему.

В-третьих, восприятие новости усиливается как с помощью средств визуализации, так и посредством оригинальной вербализации. На ресурсе «Лентач» оригинальная вербализация сочетается с подбором средств визуализации, что усиливает восприятие новостей как на визуальном, так и на содержательном уровнях.

Визуализация позволяет повысить читательскую активность подписчиков «Лентача», а поскольку подписчики новостных сообществ предпочитают именно визуальное восприятие, то использование приемов визуализации при передаче новостей оказывается весьма продуктивным способом воздействия на читательскую аудиторию.

### **Список литературы**

1. Костыгова Ю. Н. Сетевые СМИ: занимательная типология / Ю. Н. Костыгова // Мир Internet. – 2012. – № 4.
2. Лукина М. М. СМИ в пространстве Интернета / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – Москва : Фак. журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2015.
3. Лукина М. М. Интернет-СМИ: Теория и практика / М. М. Лукина. – Минск : Ипати, 2016.
4. Савицкая Т. Е. Интернет-мемы как феномен массовой культуры / Т. Е. Савицкая // Информационные технологии. – 2017. – № 1.

5. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации / Ю. В. Щурина. – 2016. – URL: <https://goo.gl/ztn5H2> (дата доступа: 20.04.2017 г.).
6. Машкова С. Г. Интернет-журналистика: учебное пособие / С. Г. Машкова. – Минск : Беларусь, 2014 ; Тамбов : Изд-во ТГТУ, 2016.

*О. С. Черных*  
*O. S. Chernykh*

### **Буктрейлеры: классификация, идиостиль, композиция и связь с претекстом**

**Аннотация:** в статье рассматривается особый способ продвижения книг – буктрейлеры, с целью выявить какие-либо закономерности в его композиционной и текстовой части или частые случаи использования. Также дополняется традиционная классификация буктрейлеров в связи с появлением новых образцов видео в Интернет-пространстве.

**Ключевые слова:** буктрейлер, сюжет, повествователь, рассказчик, пересказ, классификация, идиостиль, композиция.

### **Booktrailers: classification, individual style of the author, composition and connection with the original text**

**Abstract:** the article deals with a special way of promoting books – booktrailers, to reveal any patterns in its compositional and textual part or frequent use cases. The traditional classification of booktrailers is complemented by the emergence of new video samples in the Internet space.

**Keywords:** booktrailer, story, narrator, retelling, classification, individual style of the author, composition.

В последнее время продвижению и распространению книг начали уделять большее внимание, нежели раньше. Издательства находят оригинальные решения: устраивают квест-акции, предлагают потребителю прислать секретные книжные коробки (обязательно содержащие книжные новинки), снимают буктрейлеры.

Буктрейлеры – короткие рекламные видеоролики, отражающие сюжет книги и направленные на ее продвижение, распространяются преимущественно в Интернете. Они появились в самом начале цифровой эпохи, которую журнал «*Science*» определяет с начала 2000-х гг., когда «большинство технической памяти существовало в цифровом формате» [Nilbert, 2011: 60]. Появление буктрейлеров было серьезной необходимостью для книжного бизнеса, т. к. проблема продаж книжной продукции все больше волновала издателей. В России одним из первых таких видеороликов был снят на книгу Алексея Иванова (Марвина) «Псоглавцы» в 2011 году издательством «Азбука Аттикус». Стоит отметить, что это не только первый российский буктрейлер, но и до сих пор единственный буктрейлер с бюджетом в несколько тысяч долларов